

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka hasil yang didapat adalah :

- Ada pengaruh yang signifikan antara *Advertising* dengan Keputusan Pembelian konsumen Starbucks PVJ Bandung, sebesar 30.4% dari Keputusan Pembelian merupakan pengaruh dari variabel *advertising*.
- Ada pengaruh yang signifikan antara *Internet Marketing* dengan Keputusan Pembelian konsumen Starbucks PVJ Bandung sebesar 27% dari Keputusan Pembelian merupakan pengaruh dari variabel *internet marketing*.
- Ada pengaruh yang signifikan antara *Sales Promotion* dengan Keputusan Pembelian konsumen Starbucks PVJ Bandung sebesar 16.4% dari Keputusan Pembelian merupakan pengaruh dari variabel *sales promotion*.
- Ada pengaruh yang signifikan antara *Advertising, Internet Marketing, dan Sales Promotion* dengan Keputusan Pembelian konsumen Starbucks PVJ Bandung sebesar 33.9% dari Keputusan Pembelian merupakan pengaruh dari variabel *Advertising, Internet Marketing, dan Sales Promotion*.

5.2. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian antara lain :

- Penelitian ini hanya meneliti mengenai pengaruh *Advertising, Internet Marketing, dan Sales Promotion* terhadap produk Starbucks saja.
- Penelitian ini hanya menggambarkan kecenderungan pada para pengunjung Starbucks di PVJ Bandung saja.
- Penelitian ini hanya meneliti mengenai pengaruh *Advertising, Internet Marketing, dan Sales Promotion* terhadap keputusan pembelian konsumen Starbucks saja.

5.3. SARAN

a. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah :

- Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai pengaruh promosi lainnya terhadap produk lainnya selain Starbucks.
- Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di tempat lainnya dengan mengambil populasi dan juga sampel yang lebih luas.

b. Saran untuk perusahaan adalah :

- Starbucks diharapkan dapat mengembangkan iklan di bagian lainnya seperti melalui media TV dan lain – lain.
- Starbucks diharapkan dapat meningkatkan Internet Marketing agar lebih menarik seperti pembaharuan website agar konsumen tertarik untuk membuka website dan mengetahui lebih dalam isi website tersebut seperti apa.

- Starbucks diharapkan dapat memperbanyak promosinya melalui diskon, kupon, *sample tester*, dan inovasi lainnya agar konsumen lebih tertarik untuk membeli.

